

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.
Ефективна економіка. 2025. № 7.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.7.8>

УДК 339.371.4:004.738.5:658.8:631.15

*В. І. Радько,
д. е. н., професор кафедри організації підприємництва
та біржової діяльності,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2840-394X>*
*І. В. Свиноус,
д. е. н., професор, головний науковий співробітник,
Інститут продовольчих ресурсів НААН
ORCIDID: <https://orcid.org/0000-0002-0346-1596>*
*С. А. Сегеда,
д. е. н., професор кафедри маркетингу та бізнес-аналітики,
Донецький національний університет імені Василя Стуса
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6179-564X>*

ПЛАТФОРМИ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ ТА ЛОГІСТИКИ В СИСТЕМІ ЛОКАЛЬНОГО ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

*V. Radko,
Doctor of Economic Sciences, Department of Entrepreneurship and Exchange
Activities, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine*
*I. Svyinous,
Doctor of Economic Sciences, Professor, Chief Researcher, Institute of Food
Resources of the National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine*
*S. Segeda,
Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Marketing and
Business Analytics, Vasyl' Stus Donetsk National University*

E-COMMERCE AND LOGISTICS PLATFORMS IN THE LOCAL AGRICULTURAL MARKETING SYSTEM

У статті досліджено роль цифрових платформ електронної торгівлі та логістики як інструментів підвищення ефективності локального збуту сільськогосподарської продукції в умовах трансформації аграрного ринку.

Обґрунтовано, що сучасні інформаційно-комунікаційні технології створюють нові можливості для прямої взаємодії між виробниками та споживачами, минаючи традиційні посередницькі канали. Визначено структурні особливості локального агроринку, зокрема його фрагментарність, сезонність, нерівномірність попиту, а також обмежений доступ малих та середніх агровиробників до ринкової інфраструктури. Зроблено акцент на значенні інноваційних платформ, які інтегрують функції електронного маркетингу, замовлення логістичних послуг, електронного документообігу та систем управління поставками.

Доведено, що електронні платформи можуть стати ключовим інструментом посилення конкурентоспроможності вітчизняного агробізнесу на локальному рівні, сприяти збалансованому розвитку територій та формуванню нової культури збуту, заснованої на довірі, відкритості та партнерстві.

The article comprehensively analyses the role of digital e-commerce and logistics platforms as key elements of the transformation of the local agricultural marketing system in the context of the digital economy and changes in the domestic agricultural market. The author emphasises that the growing need for flexible, efficient and transparent mechanisms for selling agricultural products is leading to an increased interest in digital solutions that can combine the functions of commercial interaction, transportation, information support and analytics. It is substantiated that electronic platforms allow producers to form direct access to the market, bypassing intermediary links, which significantly reduces transaction costs and increases the level of marginality of products sold.

The article details the structural characteristics of the local agricultural market of Ukraine, including seasonality of production, spatial fragmentation,

heterogeneity of logistics infrastructure, low level of digitalisation of small agricultural producers and uneven distribution of consumer demand. The article systematises the functional models of modern digital platforms: marketplaces, logistics platforms, integrated supply chain management platforms, aggregation services, etc. The article presents a classification of platforms by functional purpose, depth of integration with other digital solutions, and types of users - small farmers, logistics operators, retail chains, and end consumers.

Particular attention is paid to the analysis of case studies of such platforms in the EU and Ukraine, in particular in terms of integrating digital logistics modules, electronic document management and mechanisms for ensuring product traceability. The challenges faced by small agricultural producers are highlighted separately: limited digital competencies, poor Internet coverage, and high barriers to entry. A number of areas of institutional support from the state are proposed, including the creation of digital cooperatives, the development of regional logistics infrastructure, and digital inclusion programmes for rural areas. It is proved that electronic platforms act as a catalyst for the formation of a new model of the local market - adaptive, transparent, partnership, combining efficiency, sustainable development and digital openness.

Ключові слова: локальний ринок, електронна торгівля, логістика, аграрна продукція, цифрові платформи, короткі ланцюги поставок, діджиталізація збуту, фермерські господарства, маркетплейси, сільське господарство.

Keywords: local market, e-commerce, logistics, agricultural products, digital platforms, short supply chains, digitalisation of sales, farms, marketplaces, agriculture.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах глобальної трансформації аграрного сектору цифровізація набуває

стратегічного значення як фактор сталого розвитку, підвищення ефективності виробництва та зміцнення конкурентоспроможності агробізнесу. В умовах зростаючої конкуренції на світових аграрних ринках, загроз продовольчій безпеці, а також у контексті кліматичних викликів та інфраструктурних обмежень, цифрові технології відкривають нові можливості для удосконалення виробничих процесів, логістики, управління ресурсами та прийняття управлінських рішень на основі даних.

Значна кількість українських фермерів уже використовують ті чи інші цифрові інструменти в господарській діяльності. До таких технологій належать GPS-навігація, телематика, автоматизовані системи обліку, електронний документообіг, аналітичні модулі для планування врожайності та контролю витрат. Більшість користувачів відзначають позитивний вплив цифрових інновацій на підвищення врожайності, зменшення собівартості виробництва, покращення якості продукції та прозорість бізнес-процесів.

Однак поряд із позитивними тенденціями зберігаються суттєві бар'єри, що уповільнюють процес цифрової трансформації аграрної галузі, особливо в сегменті малих та середніх господарств. Основними обмеженнями виступають технологічна нерівність (обмежене інтернет-покриття, слабка технічна база у сільській місцевості), низька цифрова компетентність фермерів, а також консерватизм у прийнятті нововведень, який зумовлює недостатню довіру до інноваційних сервісів та рішень. Ці фактори гальмують ефективне впровадження сучасних ІТ-продуктів і стримують використання таких інструментів як штучний інтелект, блокчейн, Internet of Things (IoT), big data-аналітика.

З огляду на це, реалізація повного потенціалу цифрових рішень в агросекторі потребує комплексного підходу, що передбачає, з одного боку, розбудову сучасної цифрової інфраструктури, а з іншого - створення системи стимулів для фермерів до інвестування в інновації. Це включає розширення широкосмугового доступу до інтернету в сільській місцевості, пільгове

кредитування цифрових рішень, навчальні програми з цифрової грамотності, розвиток аграрних інноваційних хабів та демонстраційних проєктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні публікації свідчать, що електронні платформи торгівлі та логістики стають важливим інструментом для організації локального збуту агропродукції, особливо в умовах нестабільності постачання. У публікаціях Шостак Л. В., Ліпич Л. Г., Павлова С. В. підкреслюється ефективність інтегрованих рішень, які поєднують електронну комерцію з цифровою логістикою. Вітчизняні дослідження (Ільченко Н. Б., Котова М. В.) демонструють зростання ролі агроплатформ у прямій взаємодії між фермерами та споживачами через мобільні додатки, чат-боти, геолокаційні сервіси та онлайн-оплату. При цьому відзначається потреба в державній підтримці цифрової інфраструктури для сталого розвитку локальних агроринків.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – обґрунтувати роль і функціональні можливості платформ електронної торгівлі та логістики у системі локального збуту продукції сільського господарства, проаналізувати їх вплив на підвищення ефективності збутових процесів, зменшення транзакційних витрат та розширення доступу малих і середніх виробників до ринкової інфраструктури в умовах цифрової трансформації аграрного сектору.

Виклад основного матеріалу дослідження. У контексті цифрової трансформації аграрного сектору особливого значення набуває розвиток електронних торгових майданчиків, які забезпечують нові можливості для реалізації сільськогосподарської продукції без посередників. Такі платформи стають альтернативою традиційним каналам збуту, дозволяючи аграріям - як великим виробникам, так і малим фермерським господарствам - отримати прямий доступ до покупців, зменшити витрати на логістику, маркетинг і посередницькі послуги, а також підвищити прибутковість своєї діяльності.

Одним із найуспішніших прикладів є електронна платформа Tradomatic, запущена у 2017 році. Вона спеціалізується на оцифрованій

торгівлі зерновими та олійними культурами - пшеницею, кукурудзою, соєю, ріпаком, соняшnikовою олією [1]. Система пропонує зручний функціонал: автоматичне формування контрактів, швидке погодження угод у форматі «один клік», а також доступ до аналітики ринку в режимі реального часу, що сприяє прозорому ціноутворенню та мінімізації ризиків у торгівлі. Tradomatic орієнтована переважно на великих і середніх виробників, які прагнуть цифровізувати свою комерційну діяльність та підвищити ефективність реалізації продукції.

Інший сегмент охоплює дрібних виробників і фермерські господарства, які шукають простий і доступний канал реалізації натуральної та нішевої продукції. Для них створено маркетплейс Vuikobox, що позиціонує себе як платформа для просування крафтових і локальних товарів: ягід, меду, овочів, фруктів, молочної продукції, ремісничих сирів тощо [2]. Основна перевага Vuikobox полягає в безкоштовному розміщенні пропозицій, відсутності абонплати і комісій, а також у зручному механізмі пошуку покупців, який дозволяє виробникам уникати додаткових витрат на просування, логістику та розбудову власної онлайн-інфраструктури.

Поряд із профільними аграрними платформами українські фермери все частіше використовують універсальні онлайн-канали, які охоплюють широку аудиторію кінцевих споживачів:

- Rozetka.ua - один із найбільших інтернет-магазинів України, який налічує понад 1,2 млн товарів, включно з великою секцією продовольчих продуктів. Майданчик щоденно відвідує понад 2 мільйони користувачів, що дає змогу фермерам розміщувати продукцію з високим рівнем охоплення.
- OLX.ua - найбільша онлайн-дошка оголошень в Україні з понад 10 мільйонами активних оголошень. Цей ресурс дозволяє реалізовувати широкий спектр аграрної продукції - від зерна та саджанців до молочної продукції й живої птиці - безпосередньо кінцевим споживачам або малим закупівельникам.

У сукупності ці платформи виконують функцію електронного мосту між агровиробниками та ринком споживання, забезпечуючи: зменшення транзакційних витрат (виведення з ланцюга збуту посередників, мінімізація логістичних витрат); розширення географії продажів, особливо для невеликих виробників, які без цифрових інструментів були обмежені локальними ринками; підвищення прозорості ціноутворення та можливість порівняння умов реалізації [3].

Особливо важливою ця інфраструктура стала в умовах післявоєнної адаптації агросектору, коли традиційні ланцюги збуту виявилися порушеними, а потреба у гнучких, цифрових і масштабованих каналах продажу стала критичною. Електронні майданчики в такому випадку дозволяють оперативно реалізовувати залишки продукції, швидко налагоджувати нові логістичні маршрути і знижувати залежність від фізичних торговельних майданчиків, які можуть бути недоступними.

Таким чином, електронні платформи стають інституційно важливим компонентом цифрової агрологістики, сприяючи детінізації ринку, розширенню доступу до ринків збуту, формуванню прямих зв'язків між виробником і споживачем, а також - підвищенню стійкості аграрного бізнесу в умовах змінного економічного середовища.

Окрім електронних торгових майданчиків, ключову роль у розвитку ефективного локального збуту аграрної продукції відіграють цифрові логістичні інструменти, які забезпечують організацію, моніторинг та оптимізацію транспортних операцій [5]. В умовах значного географічного розосередження сільгоспвиробництва, сезонності перевезень та обмеженості доступу до транспортних потужностей, саме логістичні платформи стають критичним компонентом смарт-логістики в агросекторі.

Одним із провідних рішень у цьому сегменті є сервіс Zernovoz.ua, який функціонує як цифровий майданчик для взаємодії між власниками зерна та автотранспортними компаніями. Сервіс дозволяє агровиробникам або трейдерам створювати заявки на перевезення з вказанням типу вантажу,

обсягу, маршруту та бажаних термінів доставки. У відповідь перевізники подають свої цінові пропозиції, що створює елементи ринку з динамічним ціноутворенням. Серед додаткових функцій - моніторинг транспорту в реальному часі, автоматичний розрахунок вартості рейсу, інтеграція з електронним документообігом (включно з ТТН та актами). Такий рівень автоматизації зменшує адміністративне навантаження, підвищує прозорість угод та мінімізує ризики логістичних збоїв.

Ще одним інноваційним рішенням є торговельно-логістична платформа iCORN, яка поєднує функціонал купівлі-продажу зернових культур із можливістю організації перевезень. Вона дозволяє контрагентам не лише укладати угоди, але й оформлювати супровідні документи онлайн, що забезпечує безперервність ланцюга поставок. Вбудовані логістичні сервіси дозволяють бронювати транспорт, узгоджувати маршрути та формувати графіки доставки, інтегруючи дані про врожайність, наявність елеваторів, пропускну здатність доріг тощо. iCORN також пропонує аналітичні модулі для оцінки вартості логістики, що підвищує точність планування та дозволяє уникати прихованих витрат.

Універсальний онлайн-сервіс DELLA виконує функції пошукового агрегатора транспортних пропозицій, що охоплює як внутрішні, так і міжнародні перевезення. Платформа надає інформацію про наявні вантажі та вільний транспорт, включаючи тип транспорту, маршрути, геолокацію і ціни на перевезення в режимі реального часу. Крім того, DELLA відображає динаміку логістичних тарифів, що дозволяє агровиробникам більш точно планувати витрати та уникати цінових сплесків під час сезонних піків.

Застосування таких сервісів має реальний економічний ефект, зокрема: зменшення витрат на паливе через оптимізацію маршрутів, уникнення простоїв і повернень порожнього транспорту; скорочення часу доставки за рахунок автоматизованого підбору найближчого вільного транспорту; підвищення надійності перевезень завдяки можливості перевірки рейтингу перевізника, прозорості умов угод та використанню трекінгу; зниження

адміністративного навантаження за рахунок автоматизації логістичного документообігу (електронні ТТН, акти виконаних робіт, рахунки) [5].

Особливо важливими цифрові логістичні сервіси є для малих і середніх агровиробників, які не мають власного автопарку або спеціалізованих логістичних відділів. Саме для них подібні платформи стають засобом підвищення мобільності, швидкого реагування на ринкові можливості та оптимізації витрат на транспортування.

Таким чином, цифрові логістичні сервіси - це не просто додатковий інструмент, а невід'ємна частина сучасної інфраструктури агробізнесу, що забезпечує інтеграцію постачання, обліку та логістики в єдину функціональну систему. Вони дозволяють гнучко адаптуватися до змін у попиті, ринкових цінах, дорожній ситуації та регуляторному полі, формуючи передумови для підвищення ефективності всього аграрного ланцюга доданої вартості.

Широке впровадження цифрових технологій в аграрному секторі неминуче веде до переходу від традиційного паперового до електронного документообігу (ЕДО), що є однією з ключових умов підвищення ефективності, прозорості та швидкості логістичних і комерційних операцій. Перехід до ЕДО дозволяє значно знизити адміністративні витрати, прискорити укладання договорів, підвищити правову захищеність сторін і забезпечити архівування даних відповідно до чинних норм.

Прикладом успішного впровадження електронного документообігу є досвід компанії «ОптимусАгро Трейд», яка здійснила повноцінний перехід до використання цифрової платформи Star.Docs. Цей сервіс дозволяє підписувати контракти, акти, рахунки-фактури та інші супровідні документи в електронному форматі PDF за лічені секунди з використанням кваліфікованого електронного підпису (КЕП). Основними перевагами системи є: безкоштовне підключення всіх контрагентів до платформи без необхідності купівлі окремих ліцензій; хмарне зберігання підписаних документів з архівацією терміном до 3 років; висока швидкість

документообігу, що дозволяє скоротити час на погодження угод у декілька разів; скорочення витрат на друк, пересилання та зберігання паперових документів.

У результаті, компанія значно знизила операційні витрати, пришвидшила процес оформлення контрактів з партнерами й постачальниками, мінімізувала ризики втрати документів, а також підвищила гнучкість та прозорість взаємодії з клієнтами та державними структурами. Такий підхід також дає змогу легко інтегрувати документообіг із ERP-системами, модулями аналітики та логістичними платформами.

Паралельно з ЕДО, використання цифрових інструментів моніторингу транспорту і логістичних потоків дає змогу аграрним підприємствам оптимізувати маршрутну мережу, знизити витрати на перевезення, зменшити екологічне навантаження та покращити сервіс доставки. Планування маршрутів на основі GPS-даних, телематики та алгоритмів штучного інтелекту дозволяє: уникати заторів і ділянок з поганим покриттям; синхронізувати доставку з графіками роботи елеваторів, складів і перевантажувальних пунктів; зменшити пробіг техніки на 15–20% шляхом усунення холостих рейсів; знизити витрати на паливо і амортизацію техніки, що є особливо актуальним в умовах зростання цін на енергоносії [6].

У сукупності, електронний документообіг та цифровий транспортний моніторинг формують нову модель управління логістикою в аграрному секторі, яка ґрунтується на швидкості, прозорості, достовірності інформації та автоматизованому управлінні ресурсами. Це дозволяє підприємствам не лише оптимізувати поточні операційні процеси, а й формувати довгострокові конкурентні переваги за рахунок вищого рівня координації, адаптивності до ринкових змін та цифрової сумісності з іншими учасниками агропродовольчого ланцюга.

У перспективі масове впровадження ЕДО на міжгалузевому рівні (включаючи фермерів, логістів, елеватори, трейдерів і державні структури) створює основу для повної цифрової інтеграції агрологістичних процесів -

від підписання контракту до формування цифрової товарно-транспортної документації та аналітики поставок у реальному часі.

Застосування електронних платформ у сфері агробізнесу демонструє відчутний позитивний ефект на економічні результати функціонування сільськогосподарських підприємств, особливо в сегменті малих і середніх виробників, які традиційно мали обмежений доступ до ринків збуту, інформаційних ресурсів та комерційних інструментів [7].

По-перше, фермери, що впроваджують цифрові інструменти у виробничу діяльність, відзначають підвищення врожайності, зниження виробничих витрат і зменшення втрат ресурсів. Це пов'язано з впровадженням систем моніторингу полів, точного землеробства, планування сівозмін, автоматизації агротехнічних операцій, а також з можливістю аналітично планувати виробництво відповідно до кон'юнктури ринку. Дані, отримані в результаті цифрового супроводу виробничих процесів, дозволяють аграріям ухвалювати оперативні рішення, які базуються не на інтуїції, а на конкретних аналітичних показниках, зокрема в сфері використання ЗЗР, добрив, пального тощо. В результаті підвищується ефективність виробничих операцій і досягається зростання рентабельності на 15–25% порівняно з традиційними методами.

По-друге, застосування онлайн-торгових платформ дозволяє суттєво скоротити витрати на логістику, маркетинг і пошук покупців. Електронні платформи формують єдине середовище, де поєднуються каталог продукції, функції пошуку, замовлення, комунікації, рейтингування та аналітики, що значно полегшує взаємодію між виробником і споживачем. Наприклад, платформа Vуikobox відкриває доступ до продажу фермерських товарів без плати за розміщення, що є критичним для дрібних виробників. Завдяки можливості розміщення продукції на одній платформі з високим рівнем охоплення покупців, фермери отримують змогу вийти за межі локального ринку, підвищити обсяги реалізації та уникнути залежності від перекупників.

Це сприяє розширенню ринків збуту, покращенню цінової позиції та зменшенню транзакційних витрат.

По-третє, цифрові рішення підвищують рівень довіри та безпеки в аграрній торгівлі. Одна з ключових переваг електронних платформ полягає в інституційно закріпленій верифікації контрагентів, наявності механізмів оцінки, фіксації історії угод та управління репутацією учасників ринку. Наприклад, платформа Spilca впровадила систему верифікації користувачів, яка передбачає перевірку ідентифікаційних даних, банківських реквізитів, контактної інформації та історії комерційної діяльності. Це суттєво знижує ризик шахрайства, гарантує дотримання договірних зобов'язань та підвищує юридичну захищеність сторін. Учасники ринку отримують впевненість у надійності своїх партнерів, що є критично важливим у віддалених операціях, коли покупець і продавець не мають фізичного контакту.

Крім того, аналітичні та статистичні інструменти, вбудовані в цифрові платформи, дозволяють користувачам: відстежувати динаміку цін; аналізувати споживчий попит; прогнозувати обсяги реалізації в різні сезони; оцінювати ефективність маркетингових стратегій.

Таким чином, цифрові платформи сприяють формуванню нової бізнес-культури в агросекторі, що базується на прозорості, взаємній відповідальності, доступності інформації та аналітичному управлінні. Економічний ефект від їх використання проявляється у вигляді: зростання доходів сільгоспвиробників, зменшення комерційних і логістичних витрат, підвищення безпеки й якості торгових операцій, формування репутації фермерських брендів на ринку.

З огляду на вищезазначене, можна стверджувати, що розвиток і підтримка електронних платформ - це не лише технологічна модернізація аграрної торгівлі, а й економічно обґрунтований напрям політики стимулювання підприємництва, зокрема в малому і середньому фермерстві.

Попри численні переваги цифрової трансформації, впровадження електронних платформ у сегменті малого і середнього аграрного бізнесу

(МСП) в Україні супроводжується рядом структурних і системних бар'єрів, які гальмують повноцінну інтеграцію цифрових рішень у практику господарювання [8]. Ці виклики є мультифакторними, охоплюють як технологічні, так і соціально-економічні аспекти, та потребують комплексної відповіді з боку держави, бізнесу й громадянського суспільства.

Основні виклики цифровізації МСП у агросекторі:

1. Консерватизм мислення та недостатня цифрова грамотність. Значна частина українських фермерів, особливо у віковій групі 50+, мають обмежений досвід роботи з інформаційно-комунікаційними технологіями. Вони звикли до традиційних методів ведення господарства, не мають сформованих навичок використання мобільних застосунків, онлайн-платформ, електронного підпису та хмарних сервісів. Унаслідок цього цифрові інновації часто сприймаються з недовірою або як «непотрібні складнощі», що знижує рівень сприйняття новацій навіть попри очевидні переваги.
2. Обмежене інтернет-покриття у сільській місцевості. Слабкий розвиток телекомунікаційної інфраструктури є однією з головних перешкод для впровадження онлайн-сервісів. У багатьох районах України - особливо в гірських, прикордонних або віддалених територіях - спостерігається низька якість мобільного сигналу, відсутність широкопasmового інтернету або надто високі тарифи, що унеможлиблює стабільну роботу з платформами, ERP-системами чи сервісами цифрового моніторингу.
3. Нестача підтримки та ресурсів для інновацій. Малі аграрні господарства часто мають обмежений доступ до інвестицій, кредитів і державних субсидій, що ускладнює модернізацію ІТ-інфраструктури, закупівлю обладнання або оплату підписок на платформи. Крім того, відсутність мотиваційних стимулів - у вигляді грантів, податкових знижок чи освітніх програм - знижує зацікавленість у впровадженні інновацій серед власників господарств.

4. Відсутність локальної підтримки і сервісного супроводу. Часто фермерам не вистачає технічного супроводу, навчання, консультаційних центрів, які б допомагали з налаштуванням систем, вирішенням технічних збоїв чи адаптацією під конкретні потреби господарства. Без підтримки з боку державних або громадських ініціатив фермери залишаються наодинці з цифровими викликами.

Шляхи подолання бар'єрів:

1. Освітні програми та цифрова просвіта. Необхідно розгортати масштабні освітні кампанії для фермерів і працівників МСП: короткострокові онлайн-курси, семінари, демонстраційні дні, адаптовані тренінги з основ користування цифровими платформами, телематикою, ERP-системами тощо. Особливу увагу слід приділити фермерам старшого віку, створюючи доступні формати навчання.

2. Інвестиції в розвиток сільської цифрової інфраструктури. Програми державного і приватного партнерства з розширення широкосмугового інтернету (оптоволоконні лінії, 4G/5G-мережі) повинні стати частиною регіональних стратегій цифрової трансформації. Пріоритет - на території з високим агровиробничим потенціалом.

3. Фінансові стимули та підтримка інновацій. Необхідно впроваджувати: грантові програми на цифровізацію МСП; пільгове кредитування на впровадження IT-рішень (ERP, GPS-моніторинг, smart-облік); державні програми співфінансування інноваційних проєктів у фермерських господарствах; агроінкубатори та акселератори, що надають мікрофінансування та менторську підтримку.

4. Сприяння кооперації та створенню аграрних цифрових спільнот. Фермерські кооперативи можуть стати ефективною моделлю розділення витрат на впровадження цифрових рішень - наприклад, на ERP-системи, логістичні платформи або системи електронного документообігу. Спільне користування IT-інфраструктурою (мобільні точки доступу, сервери, спільні транспортні додатки) дозволяє знизити вартість входу в цифрову екосистему.

Важливо також підтримувати мережі обміну досвідом, онлайн-форуми, локальні хаби цифрових практик.

Таким чином, подолання цифрового розриву між великими і малими агровиробниками вимагає комплексного підходу, що включає не лише інфраструктурну модернізацію, але й розвиток людського капіталу, створення фінансових стимулів і інституційної підтримки. Тільки за умов міжсекторальної співпраці - між державою, бізнесом, освітніми установами та самими агровиробниками - можлива інклюзивна цифровізація агросектору, що охоплює всі типи господарств і сприяє загальному зростанню ефективності українського сільського господарства.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі. У сучасних умовах трансформації аграрного сектору України платформи електронної торгівлі та цифрової логістики набувають особливої актуальності як інноваційний інструмент стимулювання локального збуту та оптимізації господарських процесів. Їх впровадження стало відповіддю на виклики, пов'язані з порушенням традиційних каналів збуту, зростанням логістичних витрат, децентралізацією ринків та підвищеними вимогами до прозорості аграрного обігу.

Загальний аналіз показує, що застосування електронних платформ позитивно впливає на економічну ефективність агровиробництва, особливо в малих і середніх підприємствах. Зокрема: забезпечується зменшення транзакційних витрат (на логістику, маркетинг, посередницькі послуги); прискорюється документообіг та скорочується час реалізації продукції; знижується операційне навантаження на адміністративний персонал; зростає прозорість торговельних угод завдяки верифікації контрагентів, аналітичному супроводу та цифровій ідентифікації учасників.

Впровадження цифрових сервісів також стимулює модернізацію логістичної інфраструктури, спонукає агровиробників до оптимізації маршрутів, підвищення точності планування транспортування та використання інструментів моніторингу в режимі реального часу.

Застосування електронного документообігу, хмарних платформ і мобільних додатків дає змогу формувати єдині цифрові середовища взаємодії між фермерами, трейдерами, логістами та покупцями.

У перспективі очікується розширення масштабів цифрової трансформації в аграрному секторі, зокрема шляхом: розвитку мобільних сервісів для фермерів (включно з GPS-агромоніторингом, погодними прогнозами, інвентаризацією техніки); впровадження технологій блокчейн-трейсіngu для простежуваності продукції «від поля до столу»; використання аналітики на основі штучного інтелекту для прогнозування врожаїв, ціноутворення, управління ризиками та інвестиційного планування.

З огляду на реалізацію національних стратегій цифрового розвитку, зокрема «Цифрової економіки та суспільства» та Плану цифрової інновації WIN-WIN 2030, агроплатформи в найближчі роки відіграватимуть дедалі важливішу роль у системній трансформації українського агробізнесу. Вони не лише розширюють доступ виробників до внутрішніх і зовнішніх ринків збуту, а й сприяють формуванню інституційно зрілої, цифрово інтегрованої та екологічно орієнтованої агросистеми.

Успіх цієї трансформації значною мірою залежатиме від державної підтримки, фінансових стимулів, інфраструктурного розвитку та освітньої роботи серед сільських виробників, які є ключовими суб'єктами впровадження цифрових рішень. За умови синергії між державою, бізнесом, наукою та фермерами електронна торгівля та логістика стануть каталізаторами переходу аграрного сектору до нової моделі зростання – продуктивної, стійкої та орієнтованої на інновації.

Література

1. Маловичко С. В. Сутнісний аналіз понять «інформаційне суспільство», «електронна економіка» як економічної платформи здійснення електронної торгівлі. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. 2015. Вип. 11. С. 69-73.

2. Потапова Н. А. Логістика онлайн-торгівлі в контексті проявів глобалізації цифрової економіки. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2019. № 3. С.62-77.
3. Македонський Б. О., Потапова Н. А. Проблема кібербезпеки у сфері логістики. Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень. 2022. № 3. С. 149-151.
4. Ільченко Н. Б., Котова М. В. Остання миля для електронної торгівлі: виклики, переваги та майбутнє. Бізнес Інформ. 2020. № 3(506). С. 148-154.
5. Скіцько В. І. Електронна логістика як складова сучасного бізнесу. Бізнес Інформ. 2014. № 7. С. 309-314.
6. Ринденко М. С., О. А. Сухорукова. Методичні підходи до оцінки ефективності збуту на міжнародних платформах електронної торгівлі. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи. 2025. № 1. С. 190-191.
7. Шостак Л. В., Ліпич, Л. Г., Павлова С. В. Вплив електронної комерції на інновації бізнес-моделей та нові технології продажу на ринку. Київський економічний науковий журнал. 2025. № 9. С. 302-309.
8. Калач Г. М., Онищук Н. В. Особливості логістичних процесів підприємств електронної комерції. Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування. 2021. № 7. С. 42-51.

References

1. Malovychko, S.V. (2015), "Essential analysis of the concepts of "information society", "electronic economy" as an economic platform for electronic commerce", *Naukovyj visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriiia : Ekonomika i menedzhment*, vol. 11, pp. 69-73.
2. Potapova, N.A. (2019), "Online trade logistics in the context of manifestations of globalization of the digital economy", *Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktual'ni pytannia nauky i praktyky*, vol. 3, pp. 62-77.

3. Makedons'kyj, B.O. and Potapova, N.A. (2022), "The problem of cybersecurity in the field of logistics. Applied aspects", Prykladni aspekty suchasnykh mizhdystsyplinarnykh doslidzhen', vol. 3, pp. 149-151.
4. Il'chenko, N.B. and Kotova, M.V. (2020), "The last mile for electronic commerce: challenges, advantages and future", Byznys Inform, vol. 3(506), pp. 148-154.
5. Skits'ko, V.I. (2014), "Electronic logistics as a component of modern business", Biznes Inform, vol. 7, pp. 309-314.
6. Ryndenko, M.S. and Sukhorukova, O.A. (2025), "Methodological approaches to assessing sales efficiency on international e-commerce platforms", Biznes, innovatsii, menedzhment: problemy ta perspektyvy, vol. 1, pp. 190-191.
7. Shostak, L.V. Lypych, L.H. and Pavlova, S.V. (2025), "The impact of e-commerce on business model innovations and new sales technologies on the market", Kyivs'kyj ekonomichnyj naukovyj zhurnal, vol. 9, pp. 302-309.
8. Kalach, H.M. and Onyschuk, N.V. (2021), "Features of logistics processes of e-commerce enterprises", Ekonomichnyj visnyk. Seriia: finansy, oblik, opodatkuvannia, vol. 7, pp. 42-51.

Стаття надійшла до редакції 06.07.2025 р.